

RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS KEDAI KOPI

B. KARO PARAPAT

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Diploma III



Oleh :

REYNHARD MAREL GINTING

NIM : 2021407003

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI TATA HIDANG
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

2024

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Reynhard Marel Ginting
Tempat/Tanggal Lahir	: Pematang Siantar, 11 Maret 2003
NIM	: 2021407003
Program Studi	: Tata Hidang
Jurusan	: Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul:
RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS KEDAI KOPI B.KARO PARAPAT, merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 22 November 2024

Yang membuat pernyataan,



Reynhard Marel Ginting

LEMBAR PENGESAHAN**RENCANA PENGEMBANGAN KEDAI KOPI B.KARO PARAPAT**

NAMA : REYNHARD MAREL GINTING
NIM : 2021407003
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

Pembimbing Utama,



Dr. Sumaryadi
NIP : 196702111993031001

Pembimbing Pendamping,



Ignatius Purwanggono, S.Sos., M.AP.

Bandung, 19 November 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



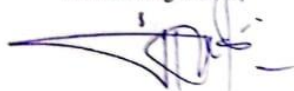
Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS KEDAI KOPI B.KARO

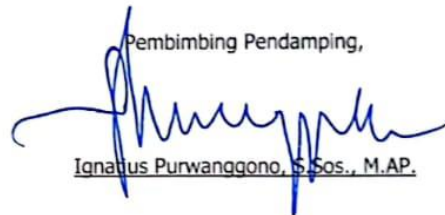
NAMA : REYNHARD MAREL GINTING
 NIM : 2021407003
 PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

Pembimbing Utama,



Dr. Sumaryadi
 NIP. 196702111993031001

Pembimbing Pendamping,



Ignatius Purwanggono, S.Sos., M.AP.

Penguji I,



Dr. Ananta Budhi Danurdhara, BA., M.Sc., CPM (Asia)
 NIP. 197506112002121001

Penguji II,



Dodi Affandi, SS., MM.Par.
 NIP. 197810152005021001

Bandung, 24 Desember 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kermahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
 NIP. 197103161996032001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
 NIP. 197504152002121001

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
BAB I DESKRIPSI BISNIS.....	1
A. Gambaran Umum Bisnis	1
B. Visi dan Misi	9
C. Gambaran Umum Model Bisnis	10
D. <i>SWOT Analysis</i>	11
E. Spesifikasi Produk/Jasa	13
F. Jenis/Badan Usaha	15
G. Aspek Legalitas.....	16
BAB II ASPEK PRODUK	19
A. Daftar dan Deskripsi Produk.....	19
B. Rencana Pengembangan Produk/Jasa.....	21
C. Analisa Keunggulan Produk/Jasa	24
D. Penyajian dan Kemasan Produk.....	24
E. Mekanisme Quality Check.....	31
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	36
A. Laporan Penjualan dan Data (<i>Segmen, Target, Positioning</i>)..	36
B. Rencana Pengembangan Pasar (<i>Segmen, Target, Positioning</i>)	41
C. Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	44
D. Kompetitor.....	46
E. Program Promosi	49
F. Media Promosi	51
G. Proyeksi Penjualan	52
BAB IV ASPEK SDM DAN <i>OPERATIONAL</i>	54
A. Identitas <i>Owner/Founder</i>	54
B. Struktur Organisasi.....	55
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	57

D. <i>Manning Budget/ Anggaran Tenaga Kerja</i>	60
E. <i>Location, Facility, & Equipment</i>	61
G. <i>Action Plan & Report</i>	65
BAB V ASPEK KEUANGAN	67
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	67
B. <i>Capital Expenditure</i>	68
C. <i>Time Value of Money</i> (Nilai Waktu Uang)	72
D. Pendanaan Investasi (<i>Agency Theory</i>).....	73
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	74
F. Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	80
DAFTAR PUSTAKA.....	85
DAFTAR LAMPIRAN	87
LAMPIRAN 1	87
BIODATA PENULIS	87
LAMPIRAN 2	89
DATA KUESIONER.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Logo Kedai Kopi B.Karo Saat Ini.....	3
2 Perencanaan Logo Kedai Kopi B.Karo	6
3 Lokasi Kedai Kopi B.Karo	9
4 <i>Business Model Canvas</i>	11
5 Contoh Rencana Inovasi Produk	13
6 Jenis Produk Saat Ini	14
7 Surat Izin Usaha	17
8 Rencana Tampilan Menu Baru.....	31
9 Struktur Organisasi Kedai Kopi B.Karo	56

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Deskripsi Produk Dan Keterangan Bahan Minuman Dan Makanan....	20
2 Deskripsi Produk Dan Keterangan Bahan Minuman <i>Specialty Coffee</i>	23
3 Deskripsi Produk Dan Keterangan Bahan Minuman <i>Coffee Mocktail</i>	23
4 Penyajian Produk.....	26
5 <i>Beverage Cost</i> Serta <i>Selling Price</i> Menu Baru	28
6 Aktivitas Mekanisme <i>Quality Check</i>	33
7 <i>Schedule</i> Mekanisme <i>Quality Check</i>	35
8 Tanggapan Masyarakat Terhadap Rencana Pengembangan Menu	45
9 Kompetitor Kedai Kopi B.Karo	47
10 Proyeksi Penjualan Kedai Kopi B.Karo	52
11 <i>Job Description</i> Pegawai Kedai Kopi B.Karo	57
12 Rincian Anggaran Tenaga Kerja Kedai Kopi B.Karo	61
13 Aspek Kebutuhan Dan Penunjang Produksi	63
14 <i>Action Plan</i> Kedai Kopi B.Karo	66
15 <i>Tangible</i> Kedai Kopi B.Karo.....	69
16 <i>Intangible</i> Kedai Kopi B.Karo	70
17 <i>Working Capital</i> Kedai Kopi B.Karo.....	72
18 Pendanaan Investasi.....	75
19 <i>Variable Cost</i> Kedai Kopi B.Karo	76
20 <i>Fixed Cost</i> Kedai Kopi B.Karo	77
21 <i>Mixed Cost</i> Kedai Kopi B.Karo	78
22 <i>Break Even Point</i> Kedai Kopi B.Karo	79
23 <i>Cost Volume Profit</i> Kedai Kopi B.Karo.....	80
24 <i>Income Statement</i> Kedai Kopi B.Karo	82
25 <i>Cash Flow</i> Kedai Kopi B.Karo	83

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., & Buchwitz, L. A. (2021). *Marketing: An Introduction* (15th ed.). Hoboken, NJ: Pearson.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2024). *Prosedur dan Biaya Sertifikasi Halal Usaha Menengah*. Diakses melalui: www.bpjph.kemenag.go.id.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2011). *Principles of Corporate Finance* (10th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Bryson, J. M. (2018). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*. Wiley.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Graham, J. R., & Leary, M. T. (2011). A Review of Corporate Capital Structure and Debt Financing. *Foundations and Trends® in Finance*, 5(4), 263–310.
- Greenfield, H., & Southgate, D. A. T. (2021). Trends in Specialty Coffee Markets and Implications for Small Businesses. *Food Economics*, 18(2), 98–105.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Pearson.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2020). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Review Press.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Tren Perkembangan Destinasi Wisata di Sumatera Utara*. Jakarta: Kemenparekraf.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Levinson, J. C., & Talsma, J. (2020). *Guerrilla Marketing: Cutting-Edge Strategies for the 21st Century*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Levinson, J., & Talsma, J. (2020). Digital Marketing Strategies for Small Businesses in Emerging Markets. *Journal of Digital Commerce*, 9(3), 154–166.
- Magni, C. A. (2013). The Weighted Average Cost of Capital is Not the Correct Discount Rate to Value Risky Cash Flows. *European Journal of Operational Research*, 230(1), 230–241.
- Martín-Rios, C., & Ciobanu, T. I. (2019). Hospitality Innovation Strategies: An Analysis of Success Factors. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 61–69.
- McKinsey & Company. (2020). *Consumer Trends 2020: Emotional Connections and Beyond*. Diakses melalui: www.mckinsey.com.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). Apa Itu Owner's Equity?. Diakses melalui: www.ojk.go.id.
- Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional. (2023). *Harga Bahan Baku Kopi Tahun 2022–2023*.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Stone, M., & Woodcock, N. (2013). Social Intelligence in Customer Engagement. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 15(2), 83–94.

Tsang, N., & Hsu, C. H. C. (2011). Customer Perceptions of Relational Benefits in the Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 644–652.

World Coffee Portal. (2022). Specialty Coffee Market Trends in Southeast Asia.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2021). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.